基于大数据时代背景下传统出版编辑工作的转型

摘　要：在信息化时代发展的背景下，大数据为社会生产和生活的各个领域带来了巨大的变化，传统出版编辑工作也不例外。本文首先对大数据与传统出版编辑工作的内在联系进行了简要论述；随后，提出了大数据时代背景下，传统出版编辑工作所面临的挑战；最后，在总结前文的基础上，重点探究了大数据信息时代下，传统出版编辑工作转型发展策略，希望能为该领域关注者提供有益参考。

关键词：大数据；出版编辑；用户需求；阅读方式；互动营销
中图分类号：G232　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）10-095-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.037

文 / 曲先

随着我国国民经济的发展以及科学技术水平的提升，国内图书出版领域的发展，尤其是在大数据信息化背景下，传统图书出版编辑工作所面临的挑战等方面，得到了社会各界的高度重视。现代化信息技术的发展，使得大数据应运而生，传统的图书出版编辑工作也发生了翻天覆地的变化。如何在用户需求和自身定位都产生变化的背景下，采取更为积极有效的方式，对传统出版编辑工作进行调整，显得尤为重要。

1. 大数据与出版编辑工作内在联系

大数据信息技术主要指的是，不需要通过随机抽样调查和分析的方法，便能够对所有的数据进行分析和处理。此种信息数据的调查、处理和分析的方式，不受信息数据总量多少的限制。大数据具有对较大量数据的高速化处理能力。同时，在数据处理的过程中，信息数据的多样性、数据的质量与数据信息的价值，都能够在数据处理的结果中集中展示出来。进入到全媒体化信息时代，数据价值得到了空前提升。传统的出版编辑工作也在逐渐向全媒体方面过渡和发展。通过信息化发展方式，可以对信息技术进行更全面分析，提供更可靠的信息数据内容。此种管理方式可以有效满足用户的实际需求，对出版的内容策划、形式特色、阅读模式与生产流程等方面都提出了创新发展要求 [1]。

2. 大数据时代背景下传统出版编辑面临的挑战

2.1 用户需求的挑战

根据传统出版编辑的实际工作模式进行调查和研究可以得出，传统出版编辑工作在进行出版编辑的过程中，主要是通过市场调研，以随机抽样数据选取的方式，并结合以往的工作经验，对市场环境中的需求进行调查。此种管理模式与大数据信息时代中大数据的精准分析与定位具有极大的差距。特别是在现代化社会中，人们的知识水平和结构都得到了充分提升，读者获取信息的方式和途径都发生了变化，人们开始更加重视个性化发展与定制的内容。此种情况下，读者用户的需求出现了深刻变化，传统出版编辑工作的数据调查与分析模式难以充分满足不同用户的个性化需求，导致了传统出版内容的针对性和市场行情都受到了严重影响 [2]。

2.2 自身定位的挑战

在新的发展模式下，传统出版编辑工作的自身定位面临着新的挑战。在此种发展模式下，传统出版编辑工作不再拥有强大的话语权和控制权。传统出版编辑工作不能够再在办公室中等待稿件主动找上门。信息技术的发展和大数据模式的创新，对于阅读出版内容形式和方向进行了调整。传统出版编辑在实际的工作中，工作模式为单向传播。随着新媒体的诞生，传播方式由单向传播方向转变成为了双向互动传播形式。此种形势下，虽然传统的出版编辑在参与策划选题、组稿审阅与加工设计等方面，基本的工作内容不会发生改变。但在信息技术的推动下，传统出版编辑工作的角色定位与工作量等方面正在悄然发生着巨大变化。在面对海量的信息与稿件时，在传统出版编辑工作中，需要具备极强的信息数据筛选、分析和处理能力。不仅如此，出版编辑工作人员还需要具备文字、图片、音频与视频等多种媒体表现形式的编辑处理能力。

2.3 阅读方式的挑战

在大数据时代下，新媒体的诞生使得受众群体的阅读模式发生了巨大的变化。以电子阅读设备、平板电脑、手机等移动终端进行阅读的读者大有人在。此种阅读方式可以有效地打破时间与空间的限制。同时，还可以通过在线互动的方式，及时与其他读者和用户进行交流互动，进一步优化阅读体验。人们不单单满足于传统的纸质阅读模式，而且更加倾向于数字化和信息化的阅读模式。此种阅读方式的变化，对传统出版编辑工作提出了

全新挑战。

2.4 新技术应用的挑战

新技术的应用对传统出版编辑工作形成了重大的挑战。在传统出版编辑工作中，对于传统的纸质读物出版流程较为熟悉，并且在长期发展的过程中，呈现出了轻技术重内容的模式。进入到大数据时代，出版编辑不仅需要关注到内容的价值，同时还要将现代化的信息技术有机地融入到出版编辑工作中。传统出版编辑工作人员对于现代化信息技术的应用关注程度不足，甚至有部分工作人员对于新技术和新媒体产生了明显的排斥情绪，不利于传统出版编辑工作积极吸收先进知识与技术，更好地推动自身发展。

3. 大数据时代背景下传统出版编辑转型升级出路

根据前文的分析与论述，基本上可以了解到，在大数据时代背景下，传统出版编辑工作面临着前所未有的挑战。对此，相关领域的工作人员要积极探寻传统出版编辑工作的出路，具体可以从以下几个方面展开。

3.1 图书出版经营管理理念创新

经营和管理理念的创新，是大数据背景下传统出版编辑工作创新转型的重要前提。在图书出版编辑工作中，需要不断地进行思想和理念层面的创新，才能够始终与现代化科学技术的发展与思想理念的创新保持高度一致[3]。根据前文的分析可以了解到，在信息化社会中，读者的阅读习惯和阅读模式都发生了显著的变化。借助先进的科学技术和数据分析技术，可以更加精准地掌握读者的阅读需求与阅读特征，进而构建更加精准的营销模式，不断地对出版发展理念进行创新，为出版行业的发展不断地注入新鲜的能量。比如，在移动终端建立数字化阅读平台，可以为读者提供更加方便的阅读渠道。同时，根据平台中不同出版物的阅读情况，可以为读者提供定制化的“书桌”，提高读者对于阅读平台的忠诚度。

3.2 图书出版编辑信息化建设

在现代化信息技术时代中，传统出版编辑工作在发展建设中要充分认识到大数据的重要性。应用现代化信息技术与大数据分析技术，可以对传统出版编辑工作进行创新性改革。比如，在对出版方向确定的过程中，应用大数据信息分析技术，可以对市场环境中读者的阅读取向进行把握。通过此种方式，可以制定出符合读者阅读偏好的出版物，有效节约资源。同时，为了更进一步对传统出版编辑工作进行细化管理，还可以借助大数据信息技术，对不同出版物的点击量与阅读量进行统计。此种信息技术分析得到的结果可以为作者创作方向的调整提供必要的参考依据。所以，在当前的传统出版编辑工作中，需要合理应用信息化技术，提高传统出版编辑各个环节工作的信息化水平。

3.3 图书出版编辑团队整体水平提升

无论是何种发展模式和时代，传统出版编辑工作在创新转型的过程中始终需要将读者的需求放在首位，坚持以人为本的发展和经营理念，重视个体在创新发展工作中的作用与价值。比如，我国某地区的图书出版企业，在面对信息化技术对传统出版编辑工作的冲击和影响中，始终保持昂扬的斗志。通过鼓励团队内部工作人员，积极地学习和掌握现代化的科学技术，了解大数据的发展模式和发展趋势，使其能够真正地为自己所用。与此同时，该图书出版团队还能够机制地了解新的文化产品，加强对文化产品资源的利用，确保在竞争激烈的市场环境中始终保持较大的发展优势。

3.4 图书出版互动营销能力发展

除了上述几项措施之外，在大数据信息化背景下，传统出版编辑工作还需要积极地发展自身的互动和营销工作能力。大数据时代中的出版物经营和管理模式与传统的出版编辑工作相比，需要对多项资源和主体进行调节。因此，在新的发展模式下，传统出版编辑工作不仅仅需要对自身所负责的编辑出版内容负责，同时还要成为产品经理，采取现代化的互动和营销手段，对出版物进行市场营销。比如，部分出版社与微博上具有一定粉丝基础的读物博主取得联系，通过邀请试读和书评的方式，对即将出版的新书进行市场推广，以此获取更广泛的关注。

在现代化科学技术全面发展的背景下，信息技术的创新和大数据信息技术的广泛应用，对于我国传统出版编辑工作造成了十分严峻的挑战。对此，相关领域的工作人员在实际的工作中，需要充分且全面地分析大数据信息技术对于传统出版编辑工作造成的冲击和挑战，从多个不同的角度对传统图书出版经营管理理念进行创新，优化图书出版编辑工作的信息化发展模式，提升团队整体的营销互动发展水平。媒

参考文献

[1] 李金澄．大数据时代传统出版编辑工作的转型研究 [J]. 新闻传播，2017（01）：63-64.

[2] 陈丽霞．大数据时代传统出版编辑工作的转型 [J]. 新闻研究导刊，2015，6（13）：175-176.

[3] 何亚明．大数据时代传统出版编辑工作的转型 [J]. 传播与版权，2014（05）：65-66.

（作者单位：河南科学技术出版社有限公司）